

2016-2022年中国碳酸饮料 行业监测及投资方向研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2016-2022年中国碳酸饮料行业监测及投资方向研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201608/138024.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

碳酸饮料（汽水）类产品是指在一定条件下充入二氧化碳气的饮料。碳酸饮料，主要成分包括：碳酸水、柠檬酸等酸性物质、白糖、香料，有些含有咖啡因，人工色素等。除糖类能给人体补充能量外，充气的“碳酸饮料”中几乎不含营养素。一般的有：可乐、雪碧、汽水。过量饮用对身体有害。

我国碳酸饮料工业起步较晚，本世纪初，随着帝国主义对中国的经济侵略，汽水设备和生产技术进入中国，在沿海主要城市建立起小型汽水厂，例如天津山海关、上海正广和、广州亚洲、沈阳八王寺以及青岛等汽水厂，但产量都很低，如1921年投产的沈阳八王寺汽水厂年产汽水仅150吨。此后又陆续在武汉、重庆等地建成一些小的汽水厂。至解放前夕，我国饮料总产量仅有5000吨。1980年后，碳酸饮料得到迅速发展，1995年碳酸饮料的总产量已达300万吨，占当年我国软饮料总产量的50%左右。1998年达492.7万吨，约占当年我国软饮料总产量的45%。尽管碳酸饮料在我国饮料中的比重正不断减少，但由于碳酸饮料具有独特的消暑解渴作用，这是其他饮料包括天然果蔬汁饮料不能取代的，因此其总产量仍在不断提高。

随着人们健康消费意识的升级，果汁饮料、茶饮料等市场出现快速增长的态势，而碳酸饮料市场则出现了萎缩。中投顾问发布的《2010-2015年中国饮料行业投资分析及前景预测报告》显示，2008年，可口可乐的碳酸类饮料在北美地区销售量同比减少3%，但是非碳酸类饮料销售量同比增长5%。

截至2013年底，我国碳酸饮料制造行业规模以上企业数量达169家，当中21家企业出现亏损，行业亏损率为12.43%。

报告目录：

第一章 碳酸饮料的相关概述 18

1.1 饮料的相关概述 18

1.1.1 饮料和软饮料简介 18

1.1.2 饮料的国家标准分类 18

1.1.3 饮料其他分类法介绍 18

1.2 碳酸饮料的相关概述 19

1.2.1 碳酸饮料的定义 19

1.2.2 碳酸饮料的分类 19

1.2.3 碳酸饮料的选择与饮用 20

第二章 2014-2015年中国碳酸饮料行业发展环境分析 21

2.1 宏观经济环境 21

2.1.1 2014-2015年中国GDP增长分析	21
2.1.2 2014-2015年中国居民收入增长情况	21
2.1.3 2015年中国宏观经济运行分析	22
2.2 产业政策环境	24
2.2.1 2015年《食品安全法》正式实施	24
2.2.2 2015年《运动饮料》国家标准实施	25
2.2.3 食品包装国家标准和规定分析	25
2.2.4 碳酸饮料（汽水）国家标准	26
2.3 市场消费环境	27
2.3.1 2015年中国人口及分布总体情况	27
2.3.2 2015年中国社会消费品零售总额分析	28
2.3.3 2015年中国居民消费与恩格尔系数	28
2.3.4 2015年中国居民饮料消费情况分析	29
2.4 软饮料行业环境	30
2.4.1 2015年中国饮料业回顾	30
2.4.2 2014-2015年中国软饮料行业发展概况	32
2.4.3 2014-2015年中国软饮料产量情况分析	35
2.4.4 2014-2015年软饮料行业资产规模分析	37
2.4.5 2014-2015年中国软饮料销售收入分析	39
2.4.6 2014-2015年中国软饮料利润总额分析	40
2.4.7 2014-2015年中国软饮料行业经营效益	40
第三章 2014-2015年中国碳酸饮料市场现状分析	43
3.1 2015年中国碳酸饮料市场现状	43
3.1.1 中国碳酸饮料市场现状简述	43
3.1.2 碳酸饮料两乐对华战略分化	43
3.1.3 2015年中国无糖碳酸饮料盛行	44
3.1.4 2015年碳酸饮料行业掀扩产热潮	44
3.2 2014-2015年碳酸饮料生产状况	45
3.2.1 2015年中国碳酸饮料产量增长情况	45
3.2.2 2015年中国碳酸饮料产量情况分析	47
2015年10月中国碳酸饮料类(汽水)产量为1,113,159.65吨，同比增长2.26%。2015年1-10月止累计中国碳酸饮料类(汽水)产量14,977,232.71吨，同比增长5.82%。	

3.2.3 2014-2015年中国主要区域碳酸饮料产量	48
3.2.4 2015年中国主要省区碳酸饮料产量分析	49
3.3 2015年碳酸饮料零售市场分析	66
3.3.1 2015年中国碳酸饮料零售规模分析	66
3.3.2 2015年可乐型碳酸饮料零售规模分析	67
3.3.3 2015年果味型碳酸饮料零售规模分析	68
3.3.4 2015年低热量型碳酸饮料零售规模分析	69
3.3.5 2015年中国碳酸饮料市场口味分布情况	70
第四章 2014-2015年中国碳酸饮料行业经济运行状况	72
4.1 2014-2015年中国碳酸饮料行业发展分析	72
4.1.1 2015年中国碳酸饮料行业发展概况	72
4.1.2 2015年中国碳酸饮料行业发展概况	73
4.1.3 2015年中国碳酸饮料行业发展概况	76
4.2 2014-2015年中国碳酸饮料行业总体运行情况	78
4.2.1 2014-2015年中国碳酸饮料行业企业数量统计	78
4.2.2 2014-2015年中国碳酸饮料行业从业人员统计	80
4.2.3 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售收入分析	80
4.2.4 2014-2015年中国碳酸饮料行业利润总额分析	83
4.2.5 2014-2015年中国碳酸饮料行业亏损情况分析	87
4.3 2014-2015年中国碳酸饮料行业资产负债状况	87
4.3.1 2014-2015年中国碳酸饮料行业资产状况分析	87
4.3.2 2014-2015年中国碳酸饮料行业应收账款分析	91
4.3.3 2014-2015年中国碳酸饮料行业流动资产状况	91
4.3.4 2014-2015年中国碳酸饮料行业负债总额分析	92
4.4 2014-2015年中国碳酸饮料行业经营效益分析	92
4.4.1 2014-2015年中国碳酸饮料行业盈利能力分析	92
4.4.2 2014-2015年中国碳酸饮料行业偿债能力分析	97
4.4.3 2014-2015年中国碳酸饮料行业营运能力分析	100
4.5 2014-2015年碳酸饮料行业成本费用结构分析	104
4.5.1 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售成本分析	105
4.5.2 2014-2015年中国碳酸饮料行业销售费用分析	105
4.5.3 2014-2015年中国碳酸饮料行业管理费用统计	106

4.5.4 2014-2015年中国碳酸饮料行业财务费用统计	107
第五章 2014-2015年中国碳酸饮料市场竞争分析	108
5.1 饮料行业市场竞争结构	108
5.1.1 2015年中国饮料行业区域竞争结构	108
5.1.2 2015年中国饮料企业规模竞争结构	109
5.1.3 2015年饮料企业资本性质竞争分析	111
5.2 碳酸饮料市场竞争结构	113
5.2.1 2015年中国碳酸饮料行业区域竞争结构	113
5.2.2 2015年中国碳酸饮料企业规模竞争结构	114
5.2.3 2015年碳酸饮料企业资本性质竞争分析	115
5.3 碳酸饮料市场竞争态势	116
5.3.1 可乐巨头转型角力非碳酸饮料市场	116
5.3.2 2015年中国碳酸饮料企业竞争分析	116
5.3.3 2015年中国碳酸饮料品牌竞争分析	117
5.3.4 2015年汇源果汁进军碳酸饮料市场	118
第六章 2014-2015年中国碳酸饮料消费者调研分析	119
6.1 中国碳酸饮料主要消费市场分析	119
6.1.1 中国碳酸饮料市场消费者调查分析	119
6.1.2 中国碳酸饮料消费者生活态度分析	120
6.1.3 中国碳酸饮料消费者体育及休闲活动	123
6.2 华北地区碳酸饮料消费者调查分析	125
6.2.1 北京碳酸饮料消费调查分析	125
6.2.2 天津碳酸饮料消费调查分析	125
6.2.3 太原碳酸饮料消费调查分析	126
6.2.4 哈尔滨碳酸饮料消费调查分析	127
6.3 东北地区碳酸饮料消费者调查分析	128
6.3.1 长春碳酸饮料消费调查分析	128
6.3.2 沈阳碳酸饮料消费调查分析	129
6.3.3 大连碳酸饮料消费调查分析	129
6.4 华东地区碳酸饮料消费者调查分析	130
6.4.1 济南碳酸饮料消费调查分析	130
6.4.2 青岛碳酸饮料消费调查分析	131

6.4.3 南京碳酸饮料消费调查分析	132
6.4.4 苏州碳酸饮料消费调查分析	132
6.4.5 上海碳酸饮料消费调查分析	133
6.4.6 杭州碳酸饮料消费调查分析	134
6.4.7 宁波碳酸饮料消费调查分析	135
6.4.8 福州碳酸饮料消费调查分析	135
6.4.9 厦门碳酸饮料消费调查分析	136
6.5 华中地区碳酸饮料消费者调查分析	137
6.5.1 合肥碳酸饮料消费调查分析	137
6.5.2 南昌碳酸饮料消费调查分析	138
6.5.3 郑州碳酸饮料消费调查分析	138
6.5.4 长沙碳酸饮料消费调查分析	139
6.5.5 武汉碳酸饮料消费调查分析	140
6.6 华南地区碳酸饮料消费者调查分析	141
6.6.1 广州碳酸饮料消费调查分析	141
6.6.2 深圳碳酸饮料消费调查分析	141
6.6.3 佛山碳酸饮料消费调查分析	142
6.6.4 南宁碳酸饮料消费调查分析	143
6.6.5 海口碳酸饮料消费调查分析	144
6.7 西部地区碳酸饮料消费者调查分析	145
6.7.1 成都碳酸饮料消费调查分析	145
6.7.2 重庆碳酸饮料消费调查分析	145
6.7.3 昆明碳酸饮料消费调查分析	146
6.7.4 西安碳酸饮料消费调查分析	147
第七章 2014-2015年碳酸饮料重点企业经营状况分析	149
7.1 可口可乐	149
7.1.1 可口可乐公司简介	149
7.1.2 2015年公司全球经营状况分析	149
7.1.3 可口可乐公司在华发展情况	150
7.1.4 可口可乐（重庆）饮料有限公司	152
7.1.5 北京可口可乐饮料有限公司	153
7.1.6 天津可口可乐饮料有限公司	154

7.1.7 太原可口可乐饮料有限公司	155
7.1.8 沈阳可口可乐饮料有限公司	156
7.1.9 大连可口可乐饮料有限公司	157
7.1.10 可口可乐（吉林）饮料有限公司	158
7.1.11 哈尔滨可口可乐饮料有限公司	159
7.1.12 可口可乐（中国）饮料有限公司	160
7.1.13 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司苏州分公司	161
7.1.14 温州太古可口可乐饮料有限公司	162
7.1.15 合肥太古可口可乐饮料有限公司	163
7.1.16 厦门太古可口可乐饮料有限公司	164
7.1.17 可口可乐装瓶商生产（东莞）有限公司厦门分公司	165
7.1.18 青岛可口可乐饮料有限公司	166
7.1.19 济南可口可乐饮料有限公司	167
7.1.20 郑州太古可口可乐饮料有限公司	168
7.1.21 可口可乐(湖北)饮料有限公司	169
7.1.22 湖南中粮可口可乐饮料有限公司	170
7.1.23 广东太古可口可乐有限公司	171
7.1.24 珠海可口可乐饮料有限公司	171
7.1.25 可口可乐装瓶商生产(东莞)有限公司	172
7.1.26 湛江中粮可口可乐饮料有限公司	173
7.1.27 广东太古可口可乐(惠州)有限公司	174
7.1.28 可口可乐(广西) 饮料有限公司	175
7.1.29 海南中粮可口可乐饮料有限公司	176
7.1.30 可口可乐（四川）饮料有限公司	177
7.1.31 可口可乐（云南）饮料有限公司(五华区)	178
7.1.32 西安中萃可口可乐饮料有限公司	179
7.1.33 甘肃中粮可口可乐饮料有限公司	180
7.1.34 杭州中萃食品有限公司	181
7.2 百事可乐	182
7.2.1 百事可乐公司简介	182
7.2.2 2015年公司全球经营状况分析	184
7.2.3 百事公司中国市场发展策略	185

7.2.4 百事公司在华发展总体情况	186
7.2.5 北京百事可乐饮料有限公司	186
7.2.6 天津百事可乐饮料有限公司	187
7.2.7 沈阳百事可乐饮料有限公司	188
7.2.8 长春百事可乐饮料有限公司	189
7.2.9 哈尔滨百事可乐饮料有限公司	190
7.2.10 上海百事可乐饮料有限公司	191
7.2.11 南京百事可乐饮料有限公司	192
7.2.12 杭州百事可乐饮料有限公司	193
7.2.13 福州百事可乐饮料有限公司	194
7.2.14 南昌百事可乐饮料有限公司	195
7.2.15 济南百事可乐饮料有限公司	196
7.2.16 武汉百事可乐饮料有限公司	197
7.2.17 长沙百事可乐饮料有限公司	198
7.2.18 广州百事可乐饮料有限公司	199
7.2.19 深圳百事可乐饮料有限公司	200
7.2.20 湛江百事可乐饮料有限公司	201
7.2.21 百事可乐饮料（桂林）有限公司	202
7.2.22 西安百事可乐饮料有限公司	203
7.2.23 百事（中国）有限公司	204
7.2.24 百事饮料（广州）有限公司	205
第八章 2016-2022年中国碳酸饮料行业发展前景预测分析	207
8.1 2016-2022年中国饮料行业发展前景分析	207
8.1.1 中国饮料市场走势和消费倾向分析	207
8.1.2 中国饮料市场消费增长潜力分析	208
8.1.3 未来中国饮料饮料行业发展趋势	208
8.1.4 2016-2022年中国软饮料市场规模预测	210
8.2 2016-2022年中国碳酸饮料市场前景分析	211
8.2.1 碳酸饮料逐渐步入成熟生命周期	211
8.2.2 碳酸饮料市场面临新兴饮料挑战	211
8.2.3 碳酸饮料健康化发展趋势将加速	212
8.3 2016-2022年中国碳酸饮料市场预测分析	212

8.3.1 2016-2022年中国碳酸饮料市场规模预测分析	212
8.3.2 2016-2022年中国碳酸饮料零售规模预测分析	213
8.3.3 2016-2022年可乐型碳酸饮料零售规模预测分析	214
8.3.4 2016-2022年果味型碳酸饮料零售规模预测分析	215

附：报告说明 217

图表目录：

图表 1 碳酸饮料主要品种类型	18
图表 2 2006-2015年中国国内生产总值及增长速度	20
图表 3 2014-2015年中国城镇居民家庭人均可支配收入趋势图	21
图表 4 2014-2015年中国农村居民家庭人均纯收入趋势图	21
图表 5 2015年中国人口数及其构成情况	26
图表 6 2014-2015年中国城市人口及所占比例趋势图	26
图表 7 2014-2015年中国社会消费品零售总额及增长速度	27
图表 8 2014-2015年中国城镇居民家庭恩格尔系数	27
图表 9 2014-2015年中国农村居民家庭恩格尔系数	28
图表 10 2003-2015年城镇居民家庭人均酒和饮料消费支出	28
图表 11 2015年中国软饮料行业经济指标统计	31
图表 12 2015年中国软饮料行业经济指标统计	33
图表 13 2002-2015年中国软饮料产量统计	34
图表 14 2002-2015年中国软饮料产量趋势图	34
图表 15 2015年中国主要省区软饮料产量及比例	34
图表 16 2015年中国主要省区软饮料产量及比例	35
图表 17 2014-2015年中国软饮料行业资产总额统计	37
图表 18 2014-2015年中国软饮料行业资产增长趋势图	37
图表 19 2015年中国软饮料细分行业资产总额分布比例	37
图表 20 2014-2015年中国软饮料行业销售收入统计	38
图表 21 2014-2015年中国软饮料行业销售收入增长趋势图	38
图表 22 2015年中国软饮料细分行业收入分布比例	38
图表 23 2014-2015年中国软饮料行业利润总额统计	39
图表 24 2014-2015年中国软饮料行业利润总额增长趋势图	39
图表 25 2014-2015年中国软饮料行业偿债能力趋势图	40
图表 26 2014-2015年中国软饮料行业盈利能力趋势图	40

图表 27 2014-2015年中国软饮料行业毛利率趋势图 40

图表 28 2014-2015年中国软饮料行业营运能力趋势图 41

图表 29 2002-2015年中国碳酸饮料产量统计 44

图表 30 2002-2015年中国碳酸饮料产量增长趋势图 44

图表 31 2002-2015年中国碳酸饮料产量占软饮料产量比例 45

图表 32 2015年中国主要省区碳酸饮料产量及所占比例 45

图表 33 2015年中国碳酸饮料产量月度统计 46

图表 34 2015年中国主要省区碳酸饮料产量及所占比例 46

图表 35 2014-2015年中国主要区域碳酸饮料产量及所占比例 47

图表 36 2015年中国主要区域碳酸饮料产量份额图 48

图表 37 2014-2015年北京市碳酸饮料产量统计 48

图表 38 2015年北京市碳酸饮料产量月度统计 48

图表 39 2014-2015年天津市碳酸饮料产量统计 49

图表 40 2015年天津市碳酸饮料产量月度统计 49

图表 41 2014-2015年河北省碳酸饮料产量统计 49

图表 42 2015年河北省碳酸饮料产量月度统计 50

图表 43 2014-2015年山西省碳酸饮料产量统计 50

图表 44 2015年山西省碳酸饮料产量月度统计 50

图表 45 2014-2015年内蒙古自治区碳酸饮料产量统计 51

图表 46 2015年内蒙古碳酸饮料产量月度统计 51

图表 47 2014-2015年辽宁省碳酸饮料产量统计 51

图表 48 2015年辽宁省碳酸饮料产量月度统计 52

图表 49 2014-2015年吉林省碳酸饮料产量统计 52

图表 50 2015年吉林省碳酸饮料产量月度统计 52

图表 51 2014-2015年黑龙江省碳酸饮料产量统计 53

图表 52 2015年黑龙江省碳酸饮料产量月度统计 53

图表 53 2014-2015年上海市碳酸饮料产量统计 53

图表 54 2015年上海市碳酸饮料产量月度统计 54

图表 55 2014-2015年江苏省碳酸饮料产量统计 54

图表 56 2015年江苏省碳酸饮料产量月度统计 54

图表 57 2014-2015年浙江省碳酸饮料产量统计 55

图表 58 2015年浙江省碳酸饮料产量月度统计 55

图表 59 2014-2015年安徽省碳酸饮料产量统计	55
图表 60 2015年安徽省碳酸饮料产量月度统计	56
图表 61 2014-2015年福建省碳酸饮料产量统计	56
图表 62 2015年福建省碳酸饮料产量月度统计	56
图表 63 2014-2015年江西省碳酸饮料产量统计	57
图表 64 2015年江西省碳酸饮料产量月度统计	57
图表 65 2014-2015年山东省碳酸饮料产量统计	57
图表 66 2015年山东省碳酸饮料产量月度统计	58
图表 67 2014-2015年河南省碳酸饮料产量统计	58
图表 68 2015年河南省碳酸饮料产量月度统计	58
图表 69 2014-2015年湖北省碳酸饮料产量统计	59
图表 70 2015年湖北省碳酸饮料产量月度统计	59
图表 71 2015年湖南省碳酸饮料产量月度统计	59
图表 72 2014-2015年广东省碳酸饮料产量统计	60
图表 73 2015年广东省碳酸饮料产量月度统计	60
图表 74 2014-2015年广西碳酸饮料产量统计	60
图表 75 2015年广西碳酸饮料产量月度统计	61
图表 76 2014-2015年海南省碳酸饮料产量统计	61
图表 77 2015年海南省碳酸饮料产量月度统计	61
图表 78 2014-2015年重庆市碳酸饮料产量统计	62
图表 79 2015年重庆市碳酸饮料产量月度统计	62
图表 80 2014-2015年四川省碳酸饮料产量统计	62
图表 81 2015年四川省碳酸饮料产量月度统计	63
图表 82 2014-2015年云南省碳酸饮料产量统计	63
图表 83 2015年云南省碳酸饮料产量月度统计	63
图表 84 2014-2015年陕西省碳酸饮料产量统计	64
图表 85 2015年陕西省碳酸饮料产量月度统计	64
图表 86 2014-2015年新疆碳酸饮料产量统计	64
图表 87 2015年新疆碳酸饮料产量月度统计	65
图表 88 2014-2015年中国碳酸饮料零售规模统计	65
图表 89 2014-2015年中国碳酸饮料零售量增长趋势图 (Volume)	66
图表 90 2014-2015年中国碳酸饮料零售额增长趋势图 (Value)	66

图表 91 2014-2015年中国可乐型碳酸饮料零售规模统计	66
图表 92 2014-2015年可乐型碳酸饮料零售量增长趋势图 (Volume)	67
图表 93 2014-2015年可乐型碳酸饮料零售额增长趋势图 (Value)	67
图表 94 2014-2015年中国果味型碳酸饮料零售规模统计	67
图表 95 2014-2015年果味型碳酸饮料零售量增长趋势图 (Volume)	68
图表 96 2014-2015年果味型碳酸饮料零售额增长趋势图 (Value)	68
图表 97 2014-2015年中国低热量型碳酸饮料零售规模统计	68
图表 98 2014-2015年低热量型碳酸饮料零售量增长趋势图 (Volume)	69
图表 99 2014-2015年低热量型碳酸饮料零售额增长趋势图 (Value)	69
图表 100 2014-2015年中国可乐型碳酸饮料口味分布结构	69
图表 101 2014-2015年中国果味型碳酸饮料口味分布结构	70
图表 102 2015年中国碳酸饮料行业经济指标统计	71
图表 103 2015年中国碳酸饮料行业经济指标统计	73
图表 104 2015年中国碳酸饮料行业前五省区企业数量排名	74
图表 105 2015年中国碳酸饮料行业前五省区资产总计排名	74
图表 106 2015年中国碳酸饮料行业前五省区销售收入排名	74
图表 107 2015年中国碳酸饮料行业前五省区利润总额排名	75
图表 108 2015年中国碳酸饮料行业经济指标统计	75
图表 109 2015年中国碳酸饮料行业前五省区企业数量排名	76
图表 110 2015年中国碳酸饮料行业前五省区资产总计排名	77
图表 111 2015年中国碳酸饮料行业前五省区销售收入排名	77
图表 112 2015年中国碳酸饮料行业前五省区利润总额排名	77
图表 113 2014-2015年中国碳酸饮料企业数量增长趋势图	78

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201608/138024.html>